

## نظرية انتشار المبتكرات

ارتبطت هذه النظرية بالباحث الأمريكي المتخصص في علم الاجتماع والاتصال إيفريت روجرز (Everett Rogers)، وتنتهي معرفياً لنظريات تدفق الاتصال على مرحلتين، وترى أن تدفق الاتصال قد يتجاوز المرحلتين ليسمح بمزيد من الاحتمالات المعقدة لتدفق الاتصال، إذ ترى أن تدفق المعلومات ينساب بين أفراد عديدين<sup>63</sup>، وترتكز النظرية على شخصية قائد الرأي، وقد عرف روجرز عملية تبني الأفكار الجديدة والمستحدثة بوجه عام أنها "العملية العقلية التي يمر خلالها الفرد من وقت سماعه أو علمه بالفكرة أو الابتكار حتى ينتهي به الأمر إلى أن يتبناها". يقدم روجرز وشومكر ببعض الأفكار حول قادة الرأي، وتفصل هذه الأفكار بشكل أكبر شخصية قادة الرأي:<sup>64</sup>

- 1- أن قادة الرأي هم من يتعرض أكثر لوسائل الإعلام، إذ يحرضون على التعرض لمختلف وسائل الإعلام ذات الصلة باهتماماتهم.
  - 2- قادة الرأي أكثر من أتباعهم مشاركة.
  - 4- قادة الرأي أكثر تقبلاً للأفكار الجديدة.
  - 5- أن قادة الرأي لديهم روح ابتكارية أكثر من أتباعهم، فهم يملكون تصورات جديدة وقادرة على ابتكار الحلول وتبني الأفكار الجديدة أكثر من أتباعهم.
  - 6- أن قادة الرأي أكثر انفتاحاً وتفاعلاً على العالم من أتباعهم.
- وقد أكد روجرز أيضاً أن أعضاء الجمهور لا يتفاعلون بنفس الأسلوب تجاه المبتكرات، بل كل فئة اجتماعية تتفاعل وتتأثر بشكل يختلف عن تأثر الفئة الأخرى، وقد حدد هذا الاختلاف كما يلي:

---

<sup>63</sup> عبد الحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامية. الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، مطبوعة بيداغوجية، 1433/06/25، ص 15.

<sup>64</sup> مجد الهاشي، نفس المرجع. ص 82.

- المتبنون الأوائل : هي فئة من المهوسين باقتناء أي شيء جديد يظهر في السوق أو يعلمون عنه من خلال وسائل الإعلام إما عن طريق الإعلانات أو الحملات الترويجية و ذلك من أجل التباهي ، وغالبا تتكون هذه المجموعة من أشخاص صغار في السن ولا يخافون المخاطر .

- قادة الرأي يقتنعون:يتعرف قادة الرأي على المبتكر و يقومون بتجريبه ، وعادتا ما تكون فترة استخدام المبتكر لديهم طويلة مقارنة بفئة المخترعين والمستخدمين الأوائل ، و إن اقتنعوا به و بفوائده فسيؤثرون على محيطهم الاجتماعي ، أي على أتباعهم من أصدقاء أو أقارب أو زملاء عمل أو جيران...الخ و ذلك من خلال الاتصال المواجهي.

- أغلبية الأتباع:ستبنى أغلبية الجمهور المبتكر الجديد لثقتهم في قائد الرأي و في خبرته و سعة اطلاعه.

- المتخلفون أو المتلكئون:هي الفئة البطيئة في اتخاذ قراراتها و لا تتبنى المبتكر الجديد إلا بعد فترة طويلة حينما يتم تعميمه على الأغلبية الساحقة ، ولا تظهر هذه الفئة أي من علامات القيادة ، وهؤلاء الأشخاص لا يحبون التغيير ومحافظون و يكونون عادة من كبار السن و متمسكون بالعادات والتقاليد الاجتماعية .

لقد أشار روجرز إلى أن مرحلة انتشار المبتكرات هي عملية تتم عبر خمسة مراحل هي:

1- مرحلة الوعي بالفكرة: أي أن الفرد في هذه المرحلة يسمع بالفكرة أو المبتكر لأول مرة ، ز علمه بالفكرة يكون عفويا و صدفة أو قصديا ، يتأتى من خلال بحث واستعلام .

2- مرحلة الاهتمام: تنشأ في هذه المرحلة رغبة و اهتمام لدى الفرد اتجاه الفكرة ، ويسعى للحصول على المزيد من المعلومات عنها ، ليصبح الفرد أكثر ارتباطا من الناحية النفسية بالفكرة والابتكار لهذا يصبح سلوكه هادفا بشكل كبير.

3- مرحلة التقييم: في هذه المرحلة يجري الفرد عملية تقييم للفكرة أو المبتكر على ضوء الواقع الاجتماعي والسياسي والاقتصادي ، محيطه النفسي والاجتماعي ، ليقرر بعدها أن يتبنى الفكرة أو يرفضها .

4-مرحلة التجريب: خلال هذه المرحلة يلجأ الفرد إلى تجريب الفكرة المستحدثة على نطاق ضيق على سبيل التجربة ، و بعدها يقرر أن يوسع استخدامها إذا اقتنع طبعاً بفائدتها و جدواها .

لقد أثبتت هذه النظرية أن دور وسائل الاتصال يقتصر على المرحلة الأولى وهي الإعلام على أن المبتكر الجديد نزل للسوق أو للإعلام عن تكلفته وخصائصه ، وبعد ذلك تنتقل المعلومات بين مختلف الفئات الاجتماعية التي ذكرناها سابقاً عن طريق الاتصال المواجهي أو عن طريق الاحتكاك الشخصي ، فهذا النوع من الاتصال يلعب الدور الرئيسي في إقناع الجمهور بتبني المبتكرات ، كما أكد أصحاب النظرية انه لا توجد مرحلتان فقط لانتشار المعلومات كما كان يقول لازارسفيلد بل مراحل عديدة حسب روجرز و من هنا جاءت تسمية هذه النظرية: ( Multi Step Flow of Information and Influence) أي أن المعلومات عن المبتكرات تمر من وسائل الإعلام إلى المتبنين الأوائل إلى قادة الرأي و من ثم إلى الجمهور العريض للأتباع.

#### -الانتقادات الموجهة لنظرية انتشار المبتكرات:

تعرض لجملة من الانتقادات أبرزها:

1-أثبتت الأبحاث العلمية في مجال انتشار المبتكرات أن المراحل الخاصة بتبني الأفكار ليست متتالية أو متعاقبة ، بل أن الفرد قد ينتقل مباشرة إلى مرحلة التبني الكامل دون أن يمر على المراحل الأخرى .

2-أن تطبيق هذا النموذج أدى إلى اتساع فجوة المعلومات وازدياد الفروقات الاجتماعية بين فئات المجتمع لأن الأفراد الذين ينتمون للمجتمعات المتقدمة اقتصادياً واجتماعياً يحظون بفرص أكبر على مستوى إمكانيات الإبداع و التجديد ، وبالتالي الإقبال على تلقي معلومات أكثر من الأفراد الذين ينتمون للمجتمعات المتخلفة .